

2. Подготовка карт оценки развития передовых информационных и коммуникационных технологий в Республике Беларусь по различным категориям критериев в соответствии с принятой методикой оценки.

3. Подготовка карт сравнительных характеристик, отражающих степень внедрения передовых информационных и коммуникационных технологий в различных странах, по принятым оценочным категориям.

4. Разработка предложений по информационному и методологическому обеспечению процессов информатизации в Республике Беларусь.

5. Подготовка проекта Национального плана действий по развитию инфраструктуры ИКТ и внедрению приложений на базе передовых информационных технологий – “e-Belarus”, и представление его в соответствующие правительственные структуры для рассмотрения.

## **Проблемы развития и внедрения электронной торговли в Беларуси**

*Зиссер Юрий Анатольевич*

*председатель Совета директоров портала TUT.BY*

### **Интернет идет в массы**

Если еще полгода – год назад рассуждения об Интернет сводились к описанию каналов связи и провайдеров, то сегодня Интернет все реже представляется чем-то, к чему «подключаются», но не используют в работе.

Наступает следующий этап – внедрение Интернета в быт, а – главное – в повседневную практику предприятий, организаций, государственных учреждений. Интернет должен приносить реальную, ощутимую пользу людям, обществу, государству, промышленности, бизнесу! Речь идет не о чтении новостей или личной переписке, а об использовании Интернета в бизнес-процессах (АСУП) и производственных процессах (АСУ ТП).

Поставить Интернет на службу предприятий – это и есть настоящая проблема текущего десятилетия.

### **Что мешает?**

Существующие проблемы внедрения Интернет - отнюдь не столько технические, сколько культурные. Интернет и электронная почта недостаточно используются в производственной деятельности даже там, где они есть и вполне могут быть задействованы. А ведь Интернет уже повсюду есть – в государственных органах, на предприятиях и организациях всех форм собственности.

До сих пор вместо электронного документооборота (а иногда даже параллельно с электронным) используется бумажный, что многократно увеличивает трудоемкость и время обработки документов, увеличивает расходы. Парадокс в том, что в то же самое время работники этих же предприятий охотно пользуются личной электронной почтой для частной переписки и ходят в Интернет для удовлетворения своих личных информационных потребностей.

Наша система образования пока еще недостаточно учитывает наличие Интернет и связанных с ним технологий. Интернет считается частью компьютерной подготовки, и им обычно пользуются только на занятиях,

посвященных информатике. В лучшем случае читают спецкурсы, в которых обучают технологиям - Web-дизайну, работе с поисковыми машинами, каталогами, порталами и т.д., но не всегда говорят о том, каким образом использовать Интернет для решения конкретных бизнес-задач - например, как организовать коллективное удаленное обсуждение и принятие документа с помощью электронной почты, да и как вообще строить бизнес-процессы в эпоху Интернет.

Наличие Закона об электронном документе не решает проблемы с документооборотом. Пока еще отсутствуют легитимные механизмы признания электронных документов в качестве оных. Закон об электронном документе в Беларуси в полной мере не работает. Непосредственная причина та же, что и в России – отсутствие конкретного программно - технического решения, коммерческого продукта, признаваемого государством и обществом, который можно легально приобрести и использовать в массовом порядке наравне с обычной печатью. То есть, само по себе наличие или отсутствие закона не создает предпосылок для развития электронного бизнеса.

### **Проблема оплаты**

Отдельную роль играет отсутствие возможности безналичной оплаты товаров и услуг по электронным пластиковым карточкам. Стандарты безопасности белорусской национальной платежной системы БелКарт не допускают авторизации карточек без их вставки в специальное устройство ценой в 300 долларов, поэтому проблематично проводить оплату карточками БелКарт через Интернет.

Но это не причина: в конце концов, для оплаты товаров и услуг можно использовать международные карточки Visa или MasterCard. Существует и специальная дешевая карточка для оплаты только через Internet – Visa Internet. Однако и их пока невозможно использовать для оплаты белорусских товаров. Дело в том, что в настоящее время ни один белорусский банк не имеет лицензии на осуществление приемов платежей (эквайринга) в пользу электронных магазинов. Конечно, ее можно было бы получить, однако поскольку стоимость лицензии на этот вид деятельности при существующих оборотах магазинов и количестве карточек на руках у населения не оставляет никаких надежд на окупаемость услуги эквайринга в ближайшее время.

Сегодня пользователей Интернет во много раз больше, чем держателей карточек, и скорость развития услуг доступа в Интернет на порядок превышает число вновь выдаваемых карточек.

### **Электронная торговля B2B**

Часто под электронной торговлей понимают только продажи B2C, забывая о B2B-торговле. Однако об электронной торговле можно будет всерьез говорить только тогда, когда у каждого предприятия сначала будут автоматизированы внутренние бизнес-процессы. B2B-торговля – лишь связующее звено, своеобразный шлюз между компьютерными системами разных предприятий, в которых большинство процессов уже автоматизировано.

Если же попытаться внедрить B2B-торговлю, что называется, на голом месте, то элементом большинства электронных цепочек между предприятиями станет

многодневный бумажный документооборот либо – в лучшем случае – пакетная обработка в классическом АСУП с участием операторов подготовки данных, ручной выверки и т.д.

### **Электронный бизнес**

Одно из очевидных и эффективных применений Интернета - корпоративные порталы, сайты, обычно доступные только для сотрудников предприятия. В доступной сотрудникам предприятия зоне корпоративного портала обычно организовывается открытая доска объявлений, содержащая приказы, распоряжения, планы, графики, чертежи, схемы, картотеки, объявления, бланки. В закрытой зоне – финансовая отчетность, складские картотеки, прейскуранты, непрерывно обновляемые отчеты о ходе производства, остатки на складах, архивы и т.д.

Особенно удобен корпоративный портал для крупных организаций и в командировках. В самом деле, как, находясь в другом городе или даже стране, узнать о наличии товаров на складе предприятия, текущие цены на какую-либо модификацию товара, ознакомиться с приказами руководства, ответить на срочный вопрос коллеги и т.д.? Эти удобства недоступны при размещении аналогичных данных в локальных сетях предприятия. Интернет незаменим, когда предприятие находится на нескольких территориально разбросанных площадках. Все известные системы управления предприятиями (компаний SAP, Navision, Oracle, BAAN и др.) используют Интернет-технологии для организации распределенных систем.

Под электронным бизнесом, в частности, понимают рабочие коммуникации в процессе коллективного труда. В качестве коллективов могут выступать любые рабочие группы – например, поставщики, дилеры и потребители и т.д. Работа может быть организована разными способами, но всякий раз она ведет к созданию коммуникационной среды для групп людей.

Очевидно, компьютеры и Интернет - отнюдь не каприз моды. Интернет, как и компьютеры, служат для ускорения и упрощения бизнес-процессов и повышения качества управленческих решений, что в конечном итоге дает экономию и выгоду.

### **Почему?**

Устоявшиеся бизнес-процессы невозможно в один день отменить и насильно навязать людям новые. В 60-е-70-е годы аналогичным образом пытались насадить АСУП. Из этой затеи ничего не вышло, пока не сменилось два поколения. Сегодня использованием компьютера никого не удивишь, но на это понадобилось ни много, ни мало 40 лет!

Наконец, мы все в действительности пока недостаточно понимаем, как можно использовать Интернет. То, что мы видим сегодня, связано с лобовыми попытками механически перенести в Интернет уже известные вещи – телеграф (электронная почта), газеты и журналы (новостные ресурсы), заводские многотиражки, хранилища чертежей и методички (корпоративные порталы), рекламные буклеты (корпоративные сайты), посылочную и курьерскую торговлю (электронные магазины), рекламные печатные издания (порталы). Это напоминает первые годы телевидения, когда его считали радио с

картинками, и только спустя десятилетия научились по-настоящему использовать его потенциал – и зрелищный, и рекламный, и образовательный.

### **Что делать?**

Перефразируя Евклида, царских путей в Интернете нет. Всё, что нам остается - идти эволюционным путем. Есть вещи, преимущества которых для большинства людей очевидны и неоспоримы, и которые можно и нужно внедрять уже сегодня - например, электронная почта и Web-сайты. Сегодня, кажется, ни у кого не вызывает сомнений необходимость использования электронной почты для организации бизнес-процессов внутри и вовне предприятия, а Web-сайтов - для распространения информации о предприятии среди потенциальных клиентов и партнеров.

Необходимы всяческая пропаганда преимуществ Интернет, а также и немедленное внедрение Интернет-технологий всюду, где это экономически оправданно, конкретные мероприятия по внедрению современных электронных технологий в бизнес-процессы государственных и негосударственных предприятий, организаций, учреждений, органов с целью повышения эффективности их работы. Эта программа могла бы проводиться за счет собственных средств предприятий и предусматривать льготы предприятиям, внедряющим Интернет и другие компьютерные технологии. Можно было бы, скажем, освободить обороты по указанным операциям от налога на добавленную стоимость, чтобы предприятиям было выгодно заниматься компьютеризацией и модернизацией (например, в США обороты по электронной торговле не облагаются налогом с продаж, аналог нашего НДС).

С другой стороны, льготы не должны носить всеобщего характера. Механизм предоставления льгот должен быть более гибким. Истинное значение льгот состоит не в завуалированных государственных дотациях, а в стимулировании необходимого государству экономического поведения предприятий.

Таким образом, внедрение Интернет - не только важная экономическая задача, но и вызов времени. И нам ничего другого не остается, кроме как всячески способствовать внедрению Интернет как важной задачи научно-технического прогресса третьего тысячелетия.

**Основные проблемы развития Интернет-торговли в Беларуси – технические, экономические, правовые, психологические.**

### **Технические проблемы**

- сравнительная сложность и непривычность технических решений;
- недостаточно типовых технических и технологических решений.

### **Экономические проблемы**

- относительная дороговизна некоторых технических решений,
- отсутствие возможности оплаты покупок банковскими картами в Байнете (правда, в Рунете лишь 2,5% оплаты производится банковскими картами),
- дороговизна и сложность использования услуг РО «Белпочта»,
- отсутствие государственных льгот и преференций предприятиям, внедряющим инструменты электронной торговли.

### **Правовые проблемы**

- неразвитость правовой базы для электронной торговли,
- невозможность бухгалтерского списания покупок в Интернет из-за отсутствия бумажных документов (нет договора, счета-фактуры, акта, накладной),
- отсутствие общепризнанной электронной цифровой подписи (применяется только между банками, для остальных существует лишь на бумаге).

#### **Психологические проблемы**

- предубеждение,
- неподготовленность большинства работников (особенно руководства) предприятий и населения к использованию новых технологий,
- невысокое качество работы технической базы, а также многих предприятий Интернет-торговли.

Тем не менее, электронная торговля развивается в Беларуси достаточно стабильно.

### **Классификация проблем электронной торговли в Республике Беларусь**

*Степанищев Константин Александрович*

*студент 5 курса Гродненский Государственный Университет им. Я.Купалы*

Электронная коммерция стремительно входит в нашу повседневную жизнь, все большее число людей во всем мире совершает свои покупки с помощью всемирной сети Интернет, все больше товаров и услуг становятся доступны через эту сеть. Следует отметить, что электронная торговля в РБ представляет собой принципиально новый способ взаимодействия деловых партнеров, поставщиков, клиентов и сотрудников и тем более в международных отношениях. Большинство фирм в РБ уже занимаются электронной торговлей в Интернет, так как прямая продажа своей продукции через Интернет является самым привлекательным направлением применения Интернет-технологий в бизнесе предприятий, фирм, компаний. Тем, кто занимается просто коммерцией, стоит поспешить занять места на виртуальном рынке Гродненского региона и развиваться дальше. Поэтому проблемы и перспективы развития электронной торговли в РБ являются актуальными.

Электронная торговля (электронная коммерция) – форма поставки продукции, при которой выбор и заказ товаров проводятся с использованием технологий Интернет, а расчеты между покупателем и поставщиком осуществляются с использованием электронных документов или средств платежа. Существует два основных вида электронной торговли в РБ, которые характеризуются тем, с кем компания ведет бизнес. Во-первых, это взаимодействие поставщика и производственного предприятия (Business to Business) – включают приложения для совместной работы, в частности улучшение возможностей связи и совместной работы над информацией, возможность взаимодействовать компаниям эффективно. Во-вторых, это взаимодействие производителя (продавца) и потребителя (покупателя) (Business to Consumer) – обеспечивают безопасное проведение коммерческих операций, позволяют улучшить связь с существующими и привлечь новых